



DAMPAK KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ANAHATA VILLAS AND SPA RESORT UBUD

I Wayan Meryawan

Universitas Ngurah Rai, Denpasar, Indonesia, Email: meryawan.feb@unr.ac.id

Naskah Masuk: 29 Agustus 2024 Direvisi: 30 Agustus 2024 Diterima: 01 September 2024

ABSTRAK

Tingkat kepuasan Pengunjung hotel terhadap fasilitas dan kualitas pelayanan dibentuk berdasarkan pengalaman yang mereka peroleh. Lemahnya kualitas pelayanan dan mutu fasilitas penyebab lemahnya tingkat kepuasan tamu hotel. Penelitian ini menggali seberapa jauh dampak dari kualitas pelayanan dan fasilitas dapat mempengaruhi kepuasan tamu Anahata Villas And Spa Resort Ubud. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan metode pengumpulan data melalui kuesioner yang di sebarakan sebanyak 96 pengunjung tamu wisatawan domestik. Analisis deskriptif digunakan untuk menguji hipotesis penelitian dengan menggunakan analisis uji validitas reliabilitas instrumen, uji t-tes dan f-tes. Hasil penelitian memberikan hasil bahwa kualitas layanan dan fasilitas secara mandiri terbukti berperan di dalam meningkatkan kepuasan konsumen dibuktikan dari hasil perolehan nilai t-test melampaui nilai t-tabel dan jika dilihat secara bersamaan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan didalam membangun kepuasan pengunjung tamu Anahata Villas And Spa Resort Ubud. Hasil ini dapat memberikan penguatan bagi industri pariwisata sejenis untuk dapat menguatkan penilaian kepuasan tamu hotel melalui peran penting dari kualitas pelayanan yang dirasakan secara langsung dan fasilitas sebagai dukungan layanan tidak langsung.

Kata Kunci: Kualitas Layanan; Fasilitas; Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

The level of satisfaction of hotel visitors with the facilities and service quality is formed based on the experience they have gained. Weak service quality and facility quality cause weak hotel guest satisfaction levels. This study explores how far the impact of service quality and facilities can affect guest satisfaction of Anahata Villas And Spa Resort Ubud. The research uses a quantitative approach by involving a data collection method through a questionnaire which is distributed as many as 96 visitors to domestic tourist guests. Descriptive analysis was used to test the research hypothesis by using the analysis of the validity test of the reliability of the instrument, the t-test and the f-test. The results of the study provide results that the quality of service and facilities independently is proven to play a role in increasing consumer satisfaction as evidenced by the results of obtaining t-test scores that exceed the t-table values and when viewed simultaneously that the quality of service and facilities has a positive and significant



effect in building visitor satisfaction of Anahata Villas And Spa Resort Ubud. This result can provide reinforcement for the tourism industry to be able to strengthen the assessment of hotel guest satisfaction through the important role of directly perceived service quality and facilities as indirect service support.

Keywords : *Quality of Service; Facilities; Consumer Satisfaction*

Copyright ©2024. UHN IGB Sugriwa Denpasar. All Right Reserved

I. PENDAHULUAN

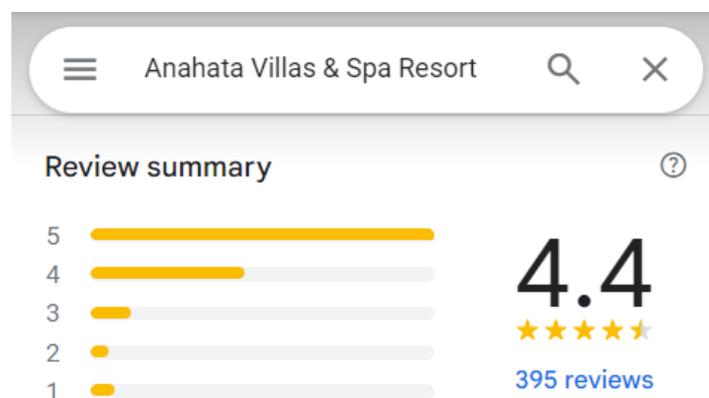
Pariwisata Bali terkenal di mata masyarakat domestik dan internasional akan keindahan alam dan budaya yang menjadi daya tarik wisatawan untuk berlibur. Dengan demikian fasilitas akomodasi penunjang pariwisata sangat diperlukan, hal ini terbukti bahwa pertumbuhan akomodasi hotel berbintang di tahun 2022 tercatat sebanyak 541 akomodasi dengan peningkatan terhadap tingkat penghunian kamar pada hotel bintang sebanyak 36,09% meningkat di tahun 2023 sebanyak 52,88% (BPS, 2024). Pertumbuhan akomodasi hotel menjadi bagian penting dalam industri pariwisata, demikian pula pertumbuhan akomodasi hotel ini melahirkan persaingan bagi kalangan industri hotel untuk dapat menampilkan dan menyediakan kualitas dan fasilitas yang mendukung kebutuhan konsumen dalam mendukung kepuasan konsumen hotel. Tingkat kepuasan wisatawan terhadap fasilitas dan kualitas pelayanan yang akan mereka terima dapat dibentuk berdasarkan pengalaman dan saran yang mereka peroleh. Wisatawan memilih hotel sebagai pemberi jasa berdasarkan peringkat kepentingan dan setelah menikmati jasa tersebut, wisatawan cenderung akan membandingkannya dengan yang mereka harapkan. Wisatawan selaku konsumen akan merasa puas jika harapannya sama atau melebihi dari apa yang kemudian dirasakan. Kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan dapat memberikan beberapa manfaat bagi perusahaan seperti misalnya terjalinnya hubungan yang harmonis antara penyedia jasa dengan wisatawan. Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dengan alternatif yang dipilih sekurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan akan muncul jika hasil yang diperoleh tidak dapat memenuhi harapan konsumen (Tjiptono, 2012).

Faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan termasuk rasa nyaman saat menggunakan dan menikmati layanan yang diberikan. Peningkatan kualitas pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dapat memberikan penilaian yang baik, dan pelayanan yang ramah dan responsif terhadap pelanggan merupakan faktor utama bagi tamu hotel untuk menilai layanan. Jika tamu merasa semua kebutuhannya terpenuhi dengan baik selama proses check-in dan check-out, tamu akan merasa puas. Kualitas jasa pelayanan dapat diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Sailah, 2017). Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen, dimana persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Menurut Indrasari (2019) secara umum, pelayanan mencakup segala aktivitas yang bertujuan untuk memuaskan pelanggan, sehingga dengan cara pelayanan tersebut, keinginan dan keperluan pelanggan dapat diwujudkan. Menurut Tjiptono & Chandra (2016), kualitas pelayanan dapat diukur melalui beberapa indikator yaitu wujud fisik, emphati, ketanggapan, kehandalan, jaminan. Faktor utama dalam kesuksesan suatu perhotelan adalah kualitas pelayanan, karena melalui pelayanan berkualitas, lembaga usaha yang bisa menghasilkan nilai tambah untuk nasabah dan mempengaruhi kepuasan mereka melalui interaksi yang saling mendukung antara konsumen dan perusahaan (Maimunah, 2019). Kualitas

pelayanan yang baik dapat menciptakan dan mendukung terwujudnya kepuasan yang sejalan dengan hasil dari penelitian (Supriyanto, 2012; Hadian, 2015; Maryati, F., dkk 2020; Dedy, A., dkk 2022).

Kepuasan konsumen terbentuk selain dari kualitas pelayanan yang baik terbentuk dari adanya fasilitas yang mendukung kebutuhan konsumen, fasilitas sebagai komponen penting penentu terbentuknya persepsi kepuasan. Wisatawan berkunjung ke suatu daerah wisata dipengaruhi oleh kemudahan-kemudahan yang diperoleh dari fasilitas yang mendukung. Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan fisik yang memberikan kemudahan kepada konsumen untuk melakukan aktivitas-aktivitasnya sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi (Sumayang, 2010). Fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata yang dikunjunginya, dimana mereka dapat santai menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut (Yoeti, 2011). Semakin beragam fasilitas yang ditawarkan dalam memenuhi kebutuhan konsumen dapat memberikan suatu pelayanan prima secara tidak langsung dalam membangun kepuasan konsumen. Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan (Tjiptono, 2012). Fasilitas dapat memberikan dukungan bagi akomodasi dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen yang di inginkan, sehingga dapat dikatakan bahwa fasilitas memberikan signifikansi dalam mendukung kepuasan konsumen dan hal ini sejalan dengan hasil yang di peroleh dari penelitian (Sulistiyana, 2015; Maryati, F., dkk 2020; Apriliani, 2022; Irmal, I., 2022; Yulita, R. 2023).

Anahata Villas and Spa Resort adalah salah satu akomodasi pariwisata terletak di Tampaksiring, Gianyar. Villa ini setara dengan kelas hotel bintang tiga, mempunyai 18 unit, terdiri dari 6 unit The Tradisional Villa, 5 unit The Deluxe Villa dan 7 unit The Luxury Pool Villa. Selain fasilitas kamar, Anahata Villas and Spa Resort di Tampaksiring, Gianyar juga dilengkapi dengan fasilitas restaurant, fasilitas pelayanan dan fasilitas rekreasi. Akomodasi yang dimiliki menjadi daya dukung pemenuhan kebutuhan konsumen serta dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam menginap. Secara garis besar mengukur kepuasan konsumen dapat dilakukan dari hasil penilaian tamu yang telah menginap di hotel, berdasarkan hasil observasi ditemukan bahwa tingkat kepuasan konsumen yang telah memilih dan menginap pada Anahata Villas and Spa Resort dapat dikategorikan masih kurang puas dan hal ini juga tidak mampu mencapai tujuan penilaian yang di tetapkan. Kepuasan konsumen dilihat dari hasil penilaian atau ulasan yang telah ditinggalkan konsumen pada rekam jejak ulasan website Anahata Villas and Spa Resort pada gambar 1 berikut.

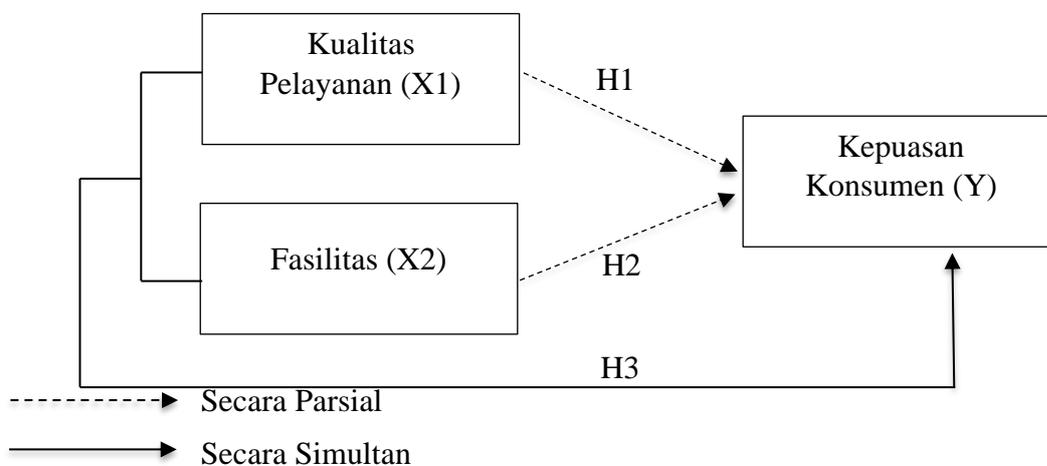


Gambar 1. Capture Peringkat Rating Anahata Villas and Spa Resort
Sumber: Maps Reviews, 2024

Ditinjau dari hasil review 395 tamu hotel menyatakan kepuasan konsumen terhadap *Anahata Villas and Spa Resort* menunjuk bahwa secara keseluruhan dapat dikatakan masih belum sempurna, hal ini ditandai dari peringkat rating yang didapatkan sebesar 4,4 dari rentang 1 sampai dengan 5. Hasil ini juga dapat dilihat bahwa ada tamu yang memberikan review penilaian rentang 1 sampai dengan 3. Berdasarkan dari hasil tersebut dapat dikategorikan bahwa kepuasan konsumen masih tergolong tidak terpenuhi.

Hasil dari prasurvey yang dilakukan menemukan bahwa adanya problem terhadap kualitas pelayanan yang kurang maksimal, hal ini ditemukan dari wawancara yang dilakukan secara intens dan langsung dengan tamu yang menginap pada *Anahata Villas and Spa Resort* menyatakan bahwa keluhan terhadap lamanya waktu menunggu *cleaning services* dalam menyelesaikan kebersihan kamar, hal lain juga dilihat dari keberagaman menu sarapan pagi yang tidak bervariasi, petugas pelayanan juga tidak dengan tanggap menangani ketersediaan kebutuhan tamu hotel serta pelayanan staf yang kurang ramah terhadap tamu yang menginap. Hasil observasi terhadap ulasan yang diberikan pada review web menyampaikan bahwa perlu ditingkatkan akan kebersihan dan pemeliharaan kamar serta pelayanan terhadap servis penerimaan tamu yang perlu di tingkatkan. Deskripsi tersebut dapat memberikan bahwa adanya kelemahan didalam memberikan kualitas pelayanan yang di harapkan oleh tamu hotel. Masalah lain ditemukan terkait rendahnya kualitas dari fasilitas yang disediakan, hasil prasurvey terhadap pengunjung tamu terkait keluhan fasilitas kamar, keberadaan AC yang kadang ditemui berbunyi dan kondisi tidak diperbaiki, keberadaan fasilitas kasur dan kelengkapan yang tidak di bersihkan dengan baik. Pendukung fasilitas lain yang rusak terhadap ketidakdukungan akses wifi yang tidak stabil dan terputus saat diakses, fasilitas kolam renang yang menyengat dari bau kaporit yang kuat.

Uraian yang disajikan diatas memberikan adanya kesenjangan yang terjadi tentang rendahnya kepuasan konsumen yang didapatkan dari dampak rendahnya kualitas pelayanan dan fasilitas yang diterima tamu hotel, sehingga perlu untuk mendalami kesenjangan tersebut dengan menggali seberapa kuat pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan tamu hotel. Batasan dari penelitian di tetapkan kedalam rumusan masalah yang di kembangkan kedalam dugaan sementara dari kajian pustaka dan penelitian sebelumnya, maka untuk menjawab dari rumusan permasalahan penelitian diajukan rumusan praduga sementara yang dikembangkan dalam bentuk hipotesis penelitian yaitu kualitas pelayanan dan fasilitas secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *Anahata Villas and Spa Resort* di Tampaksiring. Hipotesis penelitian digambarkan dalam bentuk kerangka pikir penelitian yang dijelaskan dalam bentuk skema pada gambar 1 berikut.



Gambar 2. Kerangka Konseptual Penelitian

LITERATUR REVIEW

Manajemen Pemasaran

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain (Kotler dan Armstrong, 2012). Pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses menciptakan, mengkomunikasikan dan menyampaikan nilai bagi para pelanggan, serta mengelola relasi pelanggan sedemikian rupa sehingga memberikan manfaat bagi para stakeholdernya (Tjiptono dkk, 2012). Kegiatan pemasaran harus dikoordinasikan dan dikelola dengan cara yang baik, maka dikenal manajemen pemasaran. Karenanya dipandang manajemen pemasaran (marketing management) sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul (Kotler dan Keller, 2012).

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2014:268) merumuskan kualitas jasa atau pelayanan adalah berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Tjiptono (2014:260) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan (excellence) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan para konsumen. Kotler & Keller (2016:440) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan merupakan model yang menggambarkan kondisi konsumen dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan. Menurut Indrasari (2019:54) kualitas merupakan salah satu indikator penting bagi perusahaan untuk dapat eksis di tengah ketatnya persaingan dalam industri. Kualitas didefinisikan sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikasikan atau ditetapkan. Menurut Indrasari (2019:57) pelayanan (customer service) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini, keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi.

Fasilitas

Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan fisik yang memberikan kemudahan kepada konsumen untuk melakukan aktivitas-aktivitasnya sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi (Sumayang, 2010 : 124). Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen secara keseluruhan fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan (Tjiptono, 2012 : 184). Fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata yang dikunjunginya, dimana mereka dapat santai menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut (Yoeti, 2011 : 56). Fasilitas adalah sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan fungsi. Fasilitas merupakan komponen individual dari penawaran yang mudah ditumbuhkan atau dikurangi tanpa mengubah kualitas dan model jasa. Fasilitas juga adalah alat untuk membedakan program lembaga yang satu dari pesaing yang lainnya (Lupiyoadi, 2011 : 150). Dengan demikian dapat dikatakan fasilitas adalah sarana fisik yang ditujukan untuk melayani konsumen sehingga memberikan kemudahan kepada konsumen dalam melakukan aktivitas-aktivitasnya sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan pelanggan, mereka tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau

senang (Kotler dan Keller, 2016). Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya atau kinerja pelayanan yang dirasakan berdasarkan derajat kepentingannya. Harapan (expectations) merupakan standar ideal dari konsumen mengenai kualitas pelayanan. Kinerja (performance) merupakan perasaan konsumen terhadap kenyataan kinerja karyawan dalam memberikan pelayanan. Derajat kepentingan (importance) adalah perasaan konsumen terhadap derajat kepentingan setiap karakteristik kualitas pelayanan yang diberikan (Tjiptono, 2012 : 100). Konsumen akan membandingkan antara kenyataan jasa yang diterima dengan harapan yang dikehendaki atau kualitas pelayanan yang diinginkan. Pihak perusahaan harus dapat mengidentifikasi tentang kualitas pelayanan yang dikehendaki oleh konsumen. Semakin tinggi kesenjangan antara kenyataan yang diterima dengan harapan yang diinginkan oleh konsumen, maka berarti ketidakpuasan terhadap kualitas pelayanan tersebut akan semakin besar pula. Sebaliknya, jika kesenjangan antara harapan dengan kenyataan kualitas pelayanan yang diterima semakin sempit, maka tingkat kepuasan konsumen akan semakin baik (Nirwana, 2012:36).

METODE

Penelitian ini dilakukan pada Anahata Villas and Spa Resort, yang beralamat di Banjar Umah Anyar, Desa Pejeng Kaja, Kecamatan Tampaksiring, Kabupaten Gianyar. Obyek dalam penelitian adalah kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan konsumen. Penelitian dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif melibatkan sampel sebagai responden dengan rumus Slovin (Riduwan dan Akdon, 2013) sebanyak 96 orang wisatawan domestik. Responden diambil secara random sampling pada wisatawan domestik yang mengambil keputusan untuk menginap pada Anahata Villas and Spa Resort. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara, observasi, studi dokumentasi dan kuesioner. Setiap jawaban kuesioner mempunyai bobot atau skor nilai dengan skala Likert sebagai berikut : STS (sangat tidak setuju) = skor 1, TS (tidak setuju) = skor 2, CS (cukup setuju) = skor 3, S (setuju) = skor 4 dan SS (sangat setuju) = skor 5. Data-data yang diperoleh dari hasil penelitian setelah dilakukan tabulasi data, maka sebelum dianalisis terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Pengujian hipotesis penelitian melibatkan pengujian analisis regresi linier berganda, analisis determinasi, uji signifikansi parsial dan uji signifikansi simultan. Pengujian data melibatkan bantuan pengolahan data menggunakan SPSS.

II. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Anahata Villas and Spa Resort merupakan salah satu dari sekian akomodasi penginapan yang ada di Banjar Umah Anyar, Desa Pejeng Kaja, Kecamatan Tampaksiring, Kabupaten Gianyar. Didirikan tahun 1998 oleh Bapak I Gede Raka Lingga pada lahan seluas 11.000 m² terdiri dari 14 unit villa. Melihat prospek yang semakin menjanjikan, pemilik Anahata Villas and Spa Resort di Tampaksiring, Gianyar mengambil inisiatif dengan menambah fasilitas villa sebanyak 4 unit pada tahun 2005, sehingga jumlah villa menjadi 18 unit dengan fasilitas yang jauh lebih baik. Produk yang ditawarkan oleh Anahata Villas and Spa Resort di Tampaksiring terdiri dari The Tradisional Villa, sebanyak 6 unit, The Deluxe Villa, sebanyak 5 unit, The Luxury Pool Villa, sebanyak 7 unit, Fasilitas Restaurant, Fasilitas pelayanan yang diberikan adalah pelayanan taxi, areal parkir yang luas, laundry dan dry cleaning untuk mencuci dan menyetrica, telephone dan facsimile untuk komunikasi, internet, box untuk menyimpan barang-barang yang berkualitas pelayanan, tour and travel agent, money changer, serta pelayanan tenaga medis (dokter), 6 unit kolam renang dan 1 unit spa. Konsumen yang telah berkunjung dan memilih untuk menggunakan fasilitas ini dapat digolongkan menjadi pengunjung domestik

dan internasional, secara garis besar pada penelitian ini menekankan pada konsumen Domestik mengingat terdapatnya penurunan signifikan pada konsumen domestik.

Gambaran tentang umur responden pada Anahata Villas and Spa Resort di Tampaksiring, Gianyar menjelaskan bahwa sebagian besar responden berada pada rentang umur 31-40 tahun yaitu sebanyak 37 orang (38,54%), selanjutnya adalah rentang umur 41-50 tahun sebanyak 25 orang (26,04%), rentang umur 21-30 tahun sebanyak 23 orang (23,96%) dan rentang umur lebih dari 50 tahun sebanyak 11 orang (11,46%). Gambaran tentang umur responden ini menunjukkan bahwa umur konsumen yang menginap pada Anahata Villas and Spa Resort di Tampaksiring, Gianyar sebagian besar berada pada rentang umur 31-40 tahun. Hal ini dapat dimaklumi karena rentang umur tersebut termasuk usia produktif baik dalam karier maupun kemajuan finansial sehingga konsumen mempunyai motivasi yang tinggi dalam beraktivitas, termasuk didalamnya berwisata. Berdasarkan jenis kelamin jumlah responden laki-laki adalah sebanyak 58 orang (60,42%), sedangkan responden perempuan sebanyak 38 orang (39,58%). Dapat dikatakan bahwa konsumen yang menginap pada Anahata Villas and Spa Resort di Tampaksiring, Gianyar sebagian besar adalah wisatawan laki-laki jika dibandingkan dengan wisatawan perempuan. Sebaran dari hasil jawaban responden pada penelitian dideskripsikan sebagai berikut.

Distribusi frekuensi jawaban masing-masing indikator variabel kepuasan konsumen dari 96 responden pada Anahata Villas and Spa Resort di Tampaksiring, Gianyar pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Kepuasan Konsumen

No	Indikator	Frekuensi Jawaban					Total Skor	Rata-rata Skor	Kategori Penilaian
		STS	TS	CS	S	SS			
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
1	Kualitas fasilitas kamar.	0	0	18	47	31	397	4,14	Puas
2	Kualitas pelayanan.	0	0	9	50	37	412	4,29	Sangat puas
3	Emosional.	0	0	16	53	27	395	4,11	Puas
4	Kualitas pelayanan.	0	0	23	48	25	386	4,02	Puas
5	Biaya.	0	13	46	36	1	313	3,26	Cukup puas
Jumlah Skor							1.903	19,82	
Rata-rata Skor							380,60	3,96	Puas

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Tabel 1 menjelaskan bahwa distribusi frekuensi jawaban responden dari 5 indikator variabel kepuasan konsumen tergolong dalam kategori puas dengan rata-rata skor 3,96, meskipun demikian masih ada satu indikator yang dianggap belum baik dengan kategori cukup puas, yaitu biaya. Selanjutnya deskripsi distribusi frekuensi jawaban masing-masing indikator variabel kualitas pelayanan dari 96 responden pada Anahata Villas and Spa Resort di Tampaksiring, Gianyar pada tabel 2 berikut.

Tabel 2. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Kualitas Pelayanan

No	Indikator	Frekuensi Jawaban					Total Skor	Rata-rata Skor	Kategori Penilaian
		STS	TS	CS	S	SS			
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
1	Tangible	0	3	23	49	21	376	3,92	Puas
2	Empaty	0	1	19	49	27	390	4,06	Puas
3	<i>Responsiveness</i>	0	2	26	52	16	370	3,85	Puas
4	<i>Reliability</i>	0	15	43	36	2	313	3,26	Cukup puas

5	<i>Assurance</i>	0	2	21	56	17	376	3,92	Puas
Jumlah Skor							1.825	19,01	
Rata-rata Skor							365	3,80	Puas

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Tabel 2 menjelaskan bahwa distribusi frekuensi jawaban responden dari 5 indikator variabel kualitas pelayanan tergolong dalam kategori puas dengan rata-rata skor 3,80, meskipun demikian masih ada satu indikator yang dianggap belum baik dengan kategori cukup puas, yaitu Keandalan (*Reliability*).

Tabel 3. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Fasilitas

No	Indikator	Frekuensi Jawaban					Total Skor	Rata-rata Skor	Kategori Penilaian
		STS	TS	CS	S	SS			
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
1	Fasilitas kamar.	0	17	38	36	5	317	3,30	Cukup puas
2	Fasilitas <i>restaurant</i> .	0	1	15	51	29	396	4,13	Puas
3	Fasilitas pelayanan.	0	1	27	40	28	383	3,99	Puas
4	Fasilitas rekreasi.	0	2	19	51	24	385	4,01	Puas
5	Fasilitas <i>check in</i> dan <i>check out</i> .	0	3	18	58	17	377	3,93	Puas
6	Fasilitas parkir dan transportasi.	0	7	19	41	29	380	3,96	Puas
Jumlah Skor							2.238	23,31	
Rata-rata Skor							373	3,89	Puas

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Tabel 3 menjelaskan bahwa distribusi frekuensi jawaban responden dari 6 indikator variabel fasilitas tergolong dalam kategori puas dengan rata-rata skor 3,89, meskipun demikian masih ada satu indikator yang dianggap belum baik dengan kategori cukup puas, yaitu fasilitas kamar. Hasil dari pengujian validitas instrumen penelitian disajikan pada tabel 5 sebagai berikut.

Tabel 4. Hasil pengujian Instrumen Penelitian

No	Variabel	Item Pernyataan	Validitas		
			Koefisien Korelasi	Syarat Valid	Keterangan
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	<i>Fasilitas (X₁)</i>	X _{1.1}	0,607	> 0,30	Valid
		X _{1.2}	0,719	> 0,30	Valid
		X _{1.3}	0,703	> 0,30	Valid
		X _{1.4}	0,698	> 0,30	Valid
		X _{1.5}	0,700	> 0,30	Valid
		X _{1.6}	0,657	> 0,30	Valid
2	<i>Fasilitas (X₂)</i>	X _{2.1}	0,655	> 0,30	Valid
		X _{2.2}	0,742	> 0,30	Valid
		X _{2.3}	0,542	> 0,30	Valid
		X _{2.4}	0,764	> 0,30	Valid
		X _{2.5}	0,789	> 0,30	Valid

No	Variabel	Item Pernyataan	Validitas		
			Koefisien Korelasi	Syarat Valid	Keterangan
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
3	Kepuasan konsumen (Y)	Y _{1.1}	0,707	> 0,30	Valid
		Y _{1.2}	0,667	> 0,30	Valid
		Y _{1.3}	0,725	> 0,30	Valid
		Y _{1.4}	0,714	> 0,30	Valid
		Y _{1.5}	0,811	> 0,30	Valid

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Instrumen penelitian variabel fasilitas, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen seluruhnya adalah valid. Dikatakan valid karena koefisien korelasi product moment seluruhnya adalah lebih besar dari 0,30, hal ini berarti instrumen penelitian adalah sah yaitu pernyataan-pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan apa yang diukur oleh kuesioner tersebut. Selanjutnya hasil uji Reliabilitas instrumen penelitian variabel fasilitas, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen seluruhnya adalah reliable. Koefisien alpha Cronbach > 0,70 sehingga seluruh instrumen penelitian adalah reliabel atau handal karena jawaban tiap responden dianggap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Menganalisis pengaruh antara fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Anahata Villas and Spa Resort di Tampaksiring, Gianyar maka digunakan analisis regresi linier berganda, analisis determinasi, uji signifikansi parsial (t-test) dan uji signifikansi simultan (F-test) yang diolah dengan program SPSS 18.0 for Windows. Tabulasi hasil analisis, disajikan seperti pada Tabel 5 berikut ini.

Tabel 5. Hasil Analisis Pengaruh Fasilitas dan Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen pada Anahata Villas and Spa Resort di Tampaksiring, Gianyar

Variabel	Koefisien Regresi	t-hitung	Signifikan t
(1)	(2)	(4)	(5)
Konstanta	3,299	-	-
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,386	5,541	0,000
Fasilitas (X ₂)	0,255	4,107	0,000
R ²	= 0,659		
F-hitung	= 91,221		
Signifikan F	= 0,000		

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan konsumen. Regresi linier berganda dinyatakan dalam bentuk persamaan garis regresi linier berganda. Berdasarkan tabel 6 diketahui a = 3,299, b₁ = 0,386 dan b₂ = 0,255 sehingga diperoleh persamaan regresi linier berganda adalah : $Y = 3,299 + 0,386X_1 + 0,255X_2$, memberikan informasi bahwa :

- a = 3,299 artinya apabila tidak ada perhatian terhadap fasilitas dan kualitas pelayanan atau nilainya adalah konstan maka skor kepuasan konsumen adalah sebesar rata-rata 3,299.
- b₁ = 0,386 artinya apabila variabel kualitas pelayanan dianggap konstan maka meningkatnya skor fasilitas sebesar satu satuan akan diikuti oleh meningkatnya skor kepuasan konsumen sebesar rata-rata 0,386.
- b₂ = 0,255 artinya apabila variabel fasilitas dianggap konstan maka meningkatnya skor kualitas pelayanan sebesar satu satuan akan diikuti oleh meningkatnya skor kepuasan konsumen sebesar rata-rata 0,255.

Persamaan regresi ini menunjukkan ada pengaruh yang positif secara simultan antara kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Anahata Villas and Spa Resort di Tampaksiring, Gianyar. Koefisien regresi yang bertanda positif berarti ada pengaruh yang searah, dimana jika secara bersama kualitas pelayanan dan fasilitas meningkat maka akan diikuti oleh meningkatnya kepuasan konsumen.

Hasil analisis determinasi disajikan pada tabel 6 yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi atau sumbangan perubahan kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap perubahan kepuasan konsumen yang dinyatakan dalam persentase. Nilai koefisien determinasi dengan R^2 sebesar 0,659 menunjukkan bahwa perubahan fasilitas dan harga secara simultan berkontribusi terhadap perubahan kepuasan konsumen sebesar 65,90%, sedangkan sisanya 34,10% dijelaskan oleh variabel lain di luar perubahan fasilitas dan harga yang tidak dibahas dalam penelitian.

Hasil Uji Signifikansi Parsial (t-test) disajikan pada tabel 6, hasil pengujian hipotesis secara parsial pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dideskripsikan kedalam langkah-langkah pengujian bahwa besaran nilai t_1 -hitung kualitas pelayanan diperoleh sebesar 5,541 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan besaran nilai t-tabel yang diperoleh nilai t-tabel $(0,05 ; 93) = 1,661$. Hasil ini memberikan gambaran bahwa nilai t_1 -hitung $>$ t-tabel, maka ketentuan pengujian H_0 di tolak dan hipotesis alternatif yang diajukan H_1 berbunyi kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat diterima. Selanjutnya pengujian hipotesis secara parsial pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen dideskripsikan kedalam langkah-langkah pengujian bahwa besaran nilai t_2 -hitung fasilitas diperoleh sebesar 4,107 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan besaran nilai t-tabel yang diperoleh nilai t-tabel $(0,05 ; 93) = 1,661$. Hasil ini memberikan gambaran bahwa nilai t_2 -hitung $>$ t-tabel, maka ketentuan pengujian H_0 di tolak dan hipotesis alternatif yang diajukan H_2 berbunyi fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat diterima.

Hasil Uji signifikansi Simultan (F-test) disajikan pada tabel 6, hasil pengujian hipotesis secara bersama sama pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dideskripsikan kedalam langkah-langkah pengujian bahwa besaran nilai F-hitung kualitas pelayanan dan fasilitas diperoleh sebesar 91,221 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan besaran nilai F-tabel yang diperoleh $(0,05 ; 93) = 3,09$. Hasil ini memberikan gambaran bahwa nilai F-hitung $>$ F-tabel, maka ketentuan pengujian H_0 di tolak dan hipotesis alternatif yang diajukan H_3 berbunyi kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat diterima.

Pembahasan

Instrument penelitian yang dilibatkan dapat melampaui batasan standar pengujian, validitas instrumen dan reliabilitas dari variabel penelitian telah diuji dan memenuhi standar hasil pengujian secara statistik, memberikan gambaran bahwa instrumen dan variabel yang digunakan pada penelitian mampu membangun model penelitian.

Pengujian hipotesis penelitian untuk memberikan jawaban terhadap rumusan masalah penelitian dapat memberikan jawaban bahwa ketiga hipotesis yang diajukan dapat diterima. Diterima yang dimaksudkan adalah bahwa hipotesis yang telah diuji kebenarannya bukan berdasarkan suatu kebetulan. Pengaruh secara parsial kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dibuktikan dengan hasil yang dibandingkan antara nilai t_1 -hitung sebesar 5,541 lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1,661 dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Secara nyata dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan memberikan posisi yang signifikan didalam membangun kepuasan konsumen. Jika dilihat dan membangun kualitas pelayanan yang mampu memberikan kontribusi dalam membangun atau meningkatkan kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan meningkatkan Empaty yang dimiliki oleh setiap karyawan terhadap tamu

hotel maupun lingkungan hotel secara keseluruhan, empathy yang dimaksudkan dapat dilakukan dengan upaya untuk memahami dan memenuhi setiap kebutuhan dari tamu hotel dari sisi pelayanan. Sehingga upaya tersebut dapat mendukung terwujudnya kepuasan yang di harapkan oleh tamu hotel. Menurut Tjiptono (2014) merumuskan kualitas jasa atau pelayanan adalah berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Sehingga upaya peningkatan mutu pelayanan yang dilakukan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelayanan (*customer service*) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini, keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi (Indrasari, 2019).

Hipotesis kedua berkaitan dengan fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat diterima. Diterima yang dimaksudkan adalah bahwa hipotesis yang telah diuji kebenarannya bukan berdasarkan suatu kebetulan. Pengaruh secara parsial fasilitas terhadap kepuasan konsumen dibuktikan dengan hasil yang dibandingkan antara nilai t_2 -hitung sebesar 4,107 lebih besar dari nilai t -tabel sebesar 1,661 dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Secara nyata dapat dikatakan bahwa fasilitas memiliki peran penting didalam membangun kepuasan konsumen, fasilitas merupakan tampilan fisik secara nyata yang dirasakan oleh tamu hotel sebagai wujud pelayanan tak langsung. Menampilkan dan menyediakan fasilitas yang berkualitas merupakan upaya yang dapat membangun kepuasan konsumen. Membangun kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan memberikan penunjang fasilitas diluar fasilitas utama kamar hotel, fasilitas lain yang dapat disediakan berupa fasilitas restoran dan fasilitas rekreasi kedua fasilitas ini merupakan fasilitas yang diperlukan oleh tamu hotel didalam menunjang kebutuhan fasilitas utama, sehingga ketersediaan fasilitas tersebut dapat mendukung terwujudnya kebutuhan dan keinginan tamu hotel. Dengan demikian fasilitas memiliki dampak kuat didalam memenuhi persepsi kebutuhan konsumen yang tinggi akan penilaian kepuasan. Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen secara keseluruhan fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan (Tjiptono, 2012).

Hipotesis ketiga memberikan penguatan bahwa membangun kepuasan konsumen dapat dilakukan secara bersama akan adanya mutu dari kualitas pelayanan dan fasilitas yang bermutu. Hal ini didukung dari hasil pengujian bahwa pengaruh positif dan signifikan secara bersama sama kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dapat diterima. Diterima yang dimaksudkan adalah bahwa hipotesis yang telah diuji kebenarannya bukan berdasarkan suatu kebetulan. Pengaruh secara simultan kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dibuktikan dengan hasil yang dibandingkan antara nilai F -hitung sebesar 91,221 lebih besar dari nilai F -tabel sebesar 3,09 dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Kepuasan dapat dibangun dengan dengan adanya kualitas dari pelayanan yang bermutu dan fasilitas yang bermutu, hal ini didasari dari penilaian persepsi tamu hotel terhadap kepuasan konsumen, sehingga terpenuhinya harapan konsumen terhadap persepsi yang di harapkan konsumen dengan kenyataan yang didapatkan minimal dapat terpenuhi untuk dapat mendukung terciptanya kepuasan konsumen. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan pelanggan, mereka tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang (Kotler dan Keller, 2011 : 177).

III. SIMPULAN

Hasil analisis dan pembahasan yang telah dideskripsikan memberikan suatu simpulan yang memberikan jawaban terhadap tujuan penelitian pada Anahata Villas and Spa Resort sebagai berikut:

1. Secara parsial Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dibuktikan dari hasil nilai t-hitung kualitas pelayanan 5,541 dan t-hitung fasilitas 4,107 nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan nilai t-tabel 1,661 lebih rendah dari nilai t-hitung.
2. Secara Simultan Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dibuktikan dari hasil nilai F-hitung kualitas pelayanan dan fasilitas sebesar 91,221 nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan perolehan nilai F-tabel sebesar 3,09 lebih rendah dari nilai F-hitung.
3. Selanjutnya untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas dalam meningkatkan kepuasan dapat dilakukan merujuk dari persepsi penilaian instrumen pengukuran variabel penilaian paling rendah melalui upaya peningkatan kehandalan karyawan dalam memberikan tanggapan dan layanan kepada tamu hotel serta dengan memberikan nilai tambah dari fasilitas kamar hotel akan kebutuhan lain yang diperlukan tamu hotel.
4. Selanjutnya untuk dapat meningkatkan kepuasan tamu hotel dapat dilakukan merujuk dari persepsi penilaian instrumen pengukuran variabel penilaian paling rendah melalui upaya peningkatan fasilitas dan kualitas pelayanan yang menyesuaikan dengan biaya yang dikeluarkan oleh tamu hotel.

REFERENSI

- Apriliani, N. L. P., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Water Garden Hotel Candidasa Bali. *Emas*, 3(3), 217-230.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2024). Jumlah Akomodasi, Tingkat Penghunian Kamar pada Hotel Bintang Menurut Provinsi (Persen), 2022-2023
- Dedy, A., & Alfandi, Y. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas hotel terhadap kepuasan pelanggan di sari ater hot springs resort ciater. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1), 18-25.
- Hadian, Dian. 2015. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Hotel Bintang Tiga di Satuan Kawasan Wisata Cipanas Garut)". *Jurnal STIE Cipasung Tasikmalaya* : 1-16.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irmal, I., Kholili, I., Narimawati, U., Affandi, A., & Priadana, S. (2022). Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Asana Sincerity Dorm Jakarta Barat. *JHIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(4), 1175-1180.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2011. *Manajemen Pemasaran* Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1. & 2.Jakarta: PT. Indeks
- Lupiyoadi, Rambat. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Maimunah, S. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, cita rasa terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. *IQTISHADEquity jurnal Manajemen*, 1(2).
- Maryati, F., & Husda, N. E. (2020). Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada holiday hotel di kota batam. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 20-27.

- Nirwana, (2012). *Pemasaran Jasa*, Alta : Jakarta
- Riduwan dan Akdon. 2013. *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Bandung : Alfabeta.
- Sailah, A.P. dan I. (2017). Peningkatan Tingkat Kepuasan Dosen Terhadap Kualitas Pelayanan Pelatihan Jurnal Berkualitas Melalui Metode Servqual. *Jurnal Manajemen*, 21(3), 418-433.
- Supriyanto, Y., & Soesanto, H. (2012). Analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Kariadi Semarang (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Sumayang, Lalu. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen produksi dan Operasi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sulistiyana, Rezki Teguh. 2015. "Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Museum Satwa)". *Jurnal Administrasi dan Bisnis* 25 (1) : 1-9.
- Sumayang, Lalu. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen produksi dan Operasi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, F dan Chandra, G. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa*. Andi : Yogyakarta
- Yoeti, Oka A. 2011. *Ekonomi Pariwisata*. Jakarta : Kompas.
- Yulita, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Grand Hawaii Hotel Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(01), 115-124.

BIODATA PENULIS

Nama Penulis: I Wayan Meryawan, SE., MM

Afiliasi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ngurah Rai Denpasar, Bali, Indonesia

Bidang Kajian: Penulisan mengkaji perilaku dari tamu hotel di dalam membangun kepuasan dampak dari persepsi kualitas pelayanan dan fasilitas yang dirasakan selama melakukan penginapan pada Anahata Villas and Spa Resort sebagai akomodasi penunjang Pariwisata secara nasional dan Global.

ID Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=afq4P20AAAAJ&hl=en&oi=ao>

ID Scopus: 57211991408